

Минобрнауки России

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования

«Оренбургский государственный университет»

Кафедра маркетинга, коммерции и рекламы

ПРОГРАММА ПРАКТИКИ

«Б.2.В.П.4 Преддипломная практика»

Вид производственная практика
учебная, производственная

Тип преддипломная практика

Способ проведения стационарная, выездная
стационарная практика, выездная практика

Форма дискретная по видам практик
непрерывная, дискретная

Уровень высшего образования

БАКАЛАВРИАТ

Направление подготовки

38.03.06 Торговое дело
(код и наименование направления подготовки)

Общий профиль
(наименование направленности (профиля) образовательной программы)

Тип образовательной программы

Программа академического бакалавриата

Квалификация

Бакалавр

Форма обучения

Заочная

Год набора 2016

1389443

Программа практики рассмотрена и утверждена на заседании кафедры

Кафедра маркетинга, коммерции и рекламы
наименование кафедры

протокол № 9 от "25" 10 2 2016 г.

Заведующий кафедрой

Кафедра маркетинга, коммерции и рекламы
наименование кафедры



О.М. Калиева
расшифровка подписи

Исполнители:

Зав. кафедрой
должность



О.М. Калиева
расшифровка подписи

Доцент
должность



Н.В. Лужнова
расшифровка подписи

СОГЛАСОВАНО:

Председатель методической комиссии по направлению подготовки

38.03.06 Торговое дело

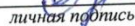
код наименование



личная подпись

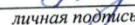
О.М. Калиева
расшифровка подписи

Заведующий отделом комплектования научной библиотеки


личная подпись

Н.Н. Грицай
расшифровка подписи

Уполномоченный по качеству факультета


личная подпись

Н.В. Лужнова
расшифровка подписи

№ регистрации 35194

© Калиева О.М.,
Лужнова Н.В., 2016
© ОГУ, 2016

1 Цели и задачи освоения практики

Цель (цели) практики:

- закрепить теоретические знания и практические навыки и умения, полученные во время аудиторных занятий, практики по получению первичных профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности, практики по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности технологической практики;

- приобрести профессиональные умения и навыки в области торгово-технологической деятельности, собрать и обобщить материалы для выполнения выпускной квалификационной работы;

- приобщить студента к социальной среде предприятия (организации) для приобретения профессиональных компетенций, необходимых в процессе выполнения трудовых функций.

Задачи:

- обучение умению анализировать торговую деятельность коммерческого предприятия (организации) любой формы собственности;

- проведение оценки эффективности управления коммерческим предприятием (организацией);

- приобретение навыков принятия оптимальных и эффективных управленческих решений;

- выработка умений анализа основных показателей хозяйственной деятельности коммерческого предприятия (организации);

- получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности.

2 Место практики в структуре образовательной программы

Практика относится к обязательным дисциплинам (модулям) вариативной части блока 2 «Практики»

Пререквизиты практики: *Б.1.Б.20 Поведение потребителей, Б.1.В.ОД.14 Управление коммерческими проектами, Б.2.В.У.1 Практика по получению первичных профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности, Б.2.В.П.1 Практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности, Б.2.В.П.2 Технологическая практика, Б.2.В.П.3 Научно-исследовательская работа*

Постреквизиты практики: *Отсутствуют*

3 Требования к результатам обучения по практике

Процесс изучения практики направлен на формирование следующих результатов обучения

Планируемые результаты обучения по практике, характеризующие этапы формирования компетенций	Формируемые компетенции
Знать: ценности и нормы для формирования мировоззренческой позиции личности обучающегося; основные этапы и закономерности исторического развития общества и концепций управления. Уметь: использовать основы философских знаний для формирования мировоззренческой позиции, анализировать основные этапы и закономерности исторического развития общества. Владеть: навыками формирования мировоззренческой позиции личности в обществе; навыками формирования правильной гражданской позиции личности в обществе.	ОК-1 способностью использовать основы философских знаний, анализировать главные этапы и закономерности исторического развития для осознания социальной значимости своей деятельности
Знать: показатели эффективности деятельности торгового предприятия, их классификацию и способы определения; Уметь: определять экономические показатели; уметь оценивать эффективность деятельности торгового предприятия Владеть: умениями расчета показателей эффективности; разработки	ОК-2 способностью использовать основы экономических знаний при оценке эффективности результатов деятельности в

Планируемые результаты обучения по практике, характеризующие этапы формирования компетенций	Формируемые компетенции
выводов и рекомендаций с целью их оптимизации	различных сферах
Знать: стили языка для осуществления межличностных, групповых и организационных коммуникаций; речевые жанры различных сфер общения; все принципы и правила ведения межличностных, групповых и организационных коммуникаций; стереотипы в межкультурной коммуникации; о роли языковой личности в межкультурной коммуникации Уметь: применить на практике все принципы и правила ведения коммуникации: организовать внутренние коммуникации; между соответствующими органами и организациями с институтами гражданского общества, средствами массовой коммуникации, гражданами; вести речевую деятельность на профессиональные темы Владеть: способностью диалектически критически мыслить, вникать в суть понятий, составляющих предмет рассуждения; способностью устанавливать иерархию понятий, составляющих предмет рассуждения; способностью выявлять внутренние противоречия, толкающие мысль к выбору способа решения основной проблемы; способностью искать концептуальный подход к ее решению; владеть культурой речевого общения основами публичной речи; делать сообщения, доклады	ОК-3 способностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия
Знать: содержание понятия толерантность. Уметь: работать в коллективе и взаимодействовать с сотрудниками разных отделов подразделений в организации. Владеть: навыками толерантного взаимодействия в коллективе.	ОК-4 способностью работать в команде, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия
Знать: методы самоорганизации, основы тайм-менеджмента. Уметь: находить самостоятельно информацию и самоорганизовываться и развиваться как личность и профессионал. Владеть: навыками самообразования.	ОК-5 способностью к самоорганизации и самообразованию
Знать: основы правовой системы и правовых норм в российском обществе. Уметь: правильно применять нормы права в процессе организации торговой деятельности коммерческого предприятия. Владеть: навыками использования общеправовых знаний в торговой деятельности коммерческого предприятия.	ОК-6 способностью использовать общеправовые знания в различных сферах деятельности
Знать: основы влияния оздоровительных систем физического воспитания на укрепление здоровья и профилактику профессиональных заболеваний. Уметь: использовать основные методы физической культуры для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности. Владеть: комплексом упражнений для снятия статической нагрузки.	ОК-7 способностью поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности
Знать: основы безопасности жизнедеятельности; методы и средства повышения безопасности, методы исследования устойчивости функционирования производственных объектов и технических систем в чрезвычайных ситуациях; методы прогнозирования чрезвычайных ситуаций и разработки моделей их последствий. Уметь: планировать мероприятия по защите производственного персонала и населения в чрезвычайных ситуациях и при необходимости принимать участие в проведении спасательных и других неотложных работ при ликвидации последствий чрезвычайных ситуаций. Владеть: навыками в разработке мероприятий по повышению безо-	ОК-8 готовностью пользоваться основными методами защиты производственного персонала и населения от возможных последствий аварий, катастроф, стихийных бедствий

Планируемые результаты обучения по практике, характеризующие этапы формирования компетенций	Формируемые компетенции
пасности и экологичности производственной деятельности; навыками обеспечения безопасности жизнедеятельности; контроля параметров и уровня негативных воздействий на их соответствие нормативным требованиям; разработки мероприятий по повышению безопасности производственной деятельности; планирования и осуществления мероприятий по повышению устойчивости производственных систем и объектов; планирования мероприятий по защите производственного персонала и населения в чрезвычайных ситуациях.	
Знать: способы обобщения, анализа и восприятия информации культурологического характера, а также их базовые характеристики. Уметь: самостоятельно ставить цель и выбирать пути ее достижения при анализе и обобщении информации, изложенной в культурологических положениях, источниках, фактах. Владеть: культурой мышления, культурологической терминологией, навыками анализа и обобщения актуальной социокультурной информации с использованием культурологических знаний, готовность применять эти навыки.	ОК-9 владением культурой мышления, способностью к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей ее достижения
Знать: сущность понятия «патриотизм».. Уметь: использовать различные знания и способности при выполнении гражданского долга и проявлении патриотизма. Владеть: навыками выполнения гражданского долга.	ОК-10 готовностью к выполнению гражданского долга и проявлению патриотизма
Знать: цели, объекты, субъекты профессиональной торговой деятельности коммерческого предприятия. Уметь: решать стандартные задачи профессиональной деятельности, применять информационно-коммуникационные технологии, распознавать и оценивать основные опасности с учетом общепринятых критериев Владеть: информационной и библиографической культурой, методами распознавания и оценки основных опасностей с учетом общепринятых критериев	ОПК-1 способностью решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности
Знать: методы математического анализа и моделирования экономических процессов. Уметь: проводить теоретические и экспериментальные исследования торговой деятельности коммерческих предприятий. Владеть: математическим аппаратом при решении профессиональных проблем в торговом деле.	ОПК-2 способностью применять основные методы математического анализа и моделирования, теоретического и экспериментального исследования; владением математическим аппаратом при решении профессиональных проблем
Знать: основные нормативные документы в торговой деятельности коммерческого предприятия. Уметь: пользоваться нормативными документами, регулирующими торговую деятельность коммерческого предприятия. Владеть: навыками соблюдения действующего законодательства и требований нормативных документов.	ОПК-3 умением пользоваться нормативными документами в своей профессиональной деятельности, готовностью к соблюдению действующего законодательства и требований нормативных документов
Знать: виды коммерческой, маркетинговой, рекламной, товароведной информации.	ОПК-4 способностью осуществлять сбор, хранение,

Планируемые результаты обучения по практике, характеризующие этапы формирования компетенций	Формируемые компетенции
Уметь: осуществлять сбор, хранение, обработку и оценку информации, необходимой для организации и управления профессиональной деятельностью. Владеть: способностью применять основные методы и средства получения, хранения, переработки информации, необходимой для организации торговой деятельности коммерческого предприятия, и работать с компьютером как со средством управления информацией	обработку и оценку информации, необходимой для организации и управления профессиональной деятельностью (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической, товароведной и (или) торгово-технологической); способностью применять основные методы и средства получения, хранения, переработки информации и работать с компьютером как со средством управления информацией
Знать: нормативно-правовую базу, регламентирующую деятельность организации; виды, формы, средства товарной информации, ее правовую базу; основные понятия, цели, принципы, сферы применения, объекты, субъекты, методологические основы коммерческой деятельности, ее составляющие элементы, договоры в коммерческой деятельности, ее государственное регулирование и контроль. Уметь: работать с нормативными документами, распознавать формы документального подтверждения соответствия, работать с технической документацией, необходимой для профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товароведной). Владеть: навыками работы с действующими федеральными законами, нормативными и техническими документами, необходимыми для осуществления профессиональной деятельности; умением документационного и информационного обеспечения коммерческой, маркетинговой, товароведной, логистической и рекламной деятельности организации.	ОПК-5 готовностью работать с технической документацией, необходимой для профессиональной деятельности (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической, товароведной и (или) торгово-технологической) и проверять правильность ее оформления
Знать: современные системы управления качеством и обеспечения конкурентоспособности; нормативную документацию в товароведной и оценочной деятельности. Уметь: оценивать и подтверждать соответствие информации на маркировке требованиям действующих стандартов. Владеть: навыками контроля качества товаров и услуг, приемку и учет товаров по количеству и качеству.	ПК-1 способностью управлять ассортиментом и качеством товаров и услуг, оценивать их качество, диагностировать дефекты, обеспечивать необходимый уровень качества товаров и их сохранение, эффективно осуществлять контроль качества товаров и услуг, приемку и учет товаров по количеству и качеству
Знать: виды, типы, функции торговых предприятий и управление торгово-технологическим процессом, организацию труда и управление на предприятиях, принципы, нормы и методы проектирования торговых предприятий, охрану труда персонала. Уметь: определять ресурсы предприятия, экономические показатели его деятельности; проводить учет товаров и материальных ценностей.	ПК-2 способностью осуществлять управление торгово-технологическими процессами на предприятии, регулировать процессы хранения, проводить

Планируемые результаты обучения по практике, характеризующие этапы формирования компетенций	Формируемые компетенции
Владеть: приемами и методами управления торгово-технологическими процессами на предприятии, регулирования процессов хранения, проведения инвентаризации, определения и минимизации затрат материальных и трудовых ресурсов, а также учета и списания потерь.	инвентаризацию, определять и минимизировать затраты материальных и трудовых ресурсов, а также учитывать и списывать потери
Знать: цели, принципы, функции, сферы применения, объекты, средства и методы маркетинга, маркетинговую среду и ее анализ, маркетинговые исследования, организацию деятельности маркетинговых служб; цели, объекты, субъекты, сферу применения маркетинговых коммуникаций. Уметь: применять методы оценки и прогнозирования маркетинговой деятельности; выявлять, формировать и удовлетворять потребности, применять средства и методы маркетинга, анализировать маркетинговую среду организации и конъюнктуру рынка. Владеть: навыками выявления и формирования спроса потребителей; сбора, обработки и анализа маркетинговой информации; проведения маркетинговых исследований.	ПК-3 готовностью к выявлению и удовлетворению потребностей покупателей товаров, их формированию с помощью маркетинговых коммуникаций, способностью изучать и прогнозировать спрос потребителей, анализировать маркетинговую информацию, конъюнктуру товарного рынка
Знать: цели, принципы, сферы применения, объекты, субъекты, средства, методы, нормативно-правовую базу деятельности по оценке и подтверждению соответствия. Уметь: контролировать качество товаров, регулировать сохраняющие товары факторы, получать товарную информацию об основополагающих характеристиках товара из маркировки и товарно-сопроводительных документов. Владеть: навыками работы с основными группами товаров разного назначения, а также с нормативными и техническими документами по оценке и подтверждению соответствия обязательным требованиям.	ПК-4 способностью идентифицировать товары для выявления и предупреждения их фальсификации
Знать: методы и этапы процесса научных и маркетинговых исследований. Уметь: собирать, анализировать и обрабатывать информацию для обоснования содержания коммерческих проектов. Владеть: навыками проведения полевых и кабинетных исследований, приемами обработки и представления информации для разных видов коммерческих проектов.	ПК-10 способностью проводить научные, в том числе маркетинговые, исследования в профессиональной деятельности
Знать: основы разработки инновационных методов, средств и технологий в области коммерческой или торговой деятельности. Уметь: разрабатывать инновационные методы, средства и технологии в области коммерческой или торговой деятельности. Владеть: способностями участия в разработке инновационных методов, средств и технологий в области коммерческой или торговой деятельности.	ПК-11 способностью участвовать в разработке инновационных методов, средств и технологий в области профессиональной деятельности (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической и (или) товароведной)
Знать: основные виды и элементы проектов продвижения предприятий в сети Интернет, важнейшие принципы, функции и методов управления проектом в сети Интернет, методологии анализа и синтеза управленческих решений при реализации проектов в сети Интернет. Уметь: применять технологии организационного проектирования в рамках проектного управления в сети Интернет, разрабатывать технико-экономическое обоснование проекта в сети Интернет; разрабатывать проекты рекламной деятельности. Владеть: способами использования различного инструментария в	ПК-12 способностью разрабатывать проекты профессиональной деятельности (торгово-технологические, маркетинговые, рекламные, и (или) логистические процессы) с использованием информационных технологий

Планируемые результаты обучения по практике, характеризующие этапы формирования компетенций	Формируемые компетенции
проектной деятельности в сети Интернет; методологией разработки проектов рекламной деятельности с использованием информационных технологий.	
Знать: современные программные средства в области управления проектами, основные методы в управлении проектами; организацию деятельности маркетинговых служб, распределение обязанностей при реализации исследовательских проектов профессиональной деятельности. Уметь: анализировать финансовую реализуемость и экономическую эффективность проекта, координировать работу структурных подразделений (участников проекта). Владеть: методами проектного анализа и математическим аппаратом оценки эффективности и рисков проекта; разработки сетевого и календарного планирования проекта.	ПК-13 готовностью участвовать в реализации проектов в области профессиональной деятельности (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической и (или) товароведной)
Знать: виды бизнес-процессов, методы оценки их эффективности. Уметь: прогнозировать бизнес-процессы и оценивать их эффективность. Владеть: методологией оценки эффективности бизнес-процессов.	ПК-14 способностью прогнозировать бизнес-процессы и оценивать их эффективность

4 Трудоемкость и содержание практики

4.1 Трудоемкость практики

Общая трудоемкость практики составляет 6 зачетных единиц (216 академических часов).

Практика проводится в 9 семестре.

Вид итогового контроля – дифференцированный зачет.

4.2 Содержание практики

Этап 1. Организационный.

Студент-практикант выбирает задание на преддипломную практику в соответствии с одним из трёх направлений: научное, исследовательское, практическое. Выбранное направление и тему ВКР согласовывает с руководителем выпускной квалификационной работы.

Этап 2. Основной – исследовательский

Содержание преддипломной практики по научному направлению.

Данное направление подразумевает исследовательскую работу студента-практиканта по одному из выбранных научных направлений. Последовательность выполнения его следующая:

1. Выбрать одно из перспективных направлений научных разработок кафедры:

1) Формирование маркетингового информационного пространства региона. Разработка научных основ маркетингового информационного пространства, включая радикальные, комбинированные и модифицированные новации, механизмы их возникновения и развития.

2) Маркетинг территорий и их продвижение.

3) Философия хозяйствования в регионе. Разработка и конкретизация методологических подходов, методов и механизмов управления маркетингом в регионе.

4) Новые технологии в государственном и региональном (муниципальном) маркетинге. Разработка, адаптация технологий использования стандартов ИСО 9000 в государственном и муниципальном маркетинге, антикризисных программ развития маркетинга территорий, бенчмаркинга, сетевых организационных структур и технологий.

5) Оптимизация соотношения децентрализации управления маркетингом территорий и укрепление вертикали управления регионального маркетинга. Проблемы взаимодействия федеральных и региональных структур управления маркетингом.

6) Разработка программ маркетинга территорий, включая формирование и продвижение позитивного имиджа - по заказам администраций регионов, городов.

7) Разработка механизмов привлечения сбережений населения для инвестирования.

8) Непрерывное образование и дистанционные технологии обучения для руководства предприятий различных форм собственности.

9) Маркетинг в коммерческих и некоммерческих сферах.

2. Изучить экономическую литературу по данному направлению, в том числе книги, статьи в периодической печати, монографии, авторефераты, диссертации (посетив диссертационный зал).

3. Выявить подходы различных авторов к проблеме по выбранному тематическому направлению, систематизировать их и представить в виде табличного и графического материала.

4. Сформулировать свою точку зрения по рассматриваемой проблеме.

Содержание преддипломной практики по исследовательскому направлению.

Данное направление подразумевает проведение маркетингового исследования на конкретном рынке - сбор и анализ первичной информации. Выполнение задания базируется на знаниях, полученных при изучении дисциплин «Маркетинговые исследования» и «Организация коммерческой деятельности в инфраструктуре рынка», «Исследование деятельности предприятия». Цель, объект и методику исследования студент-практикант согласовывает с руководителем.

Возможные направления исследований:

- изучение макросреды коммерческого предприятия;
- изучение внутренней среды коммерческого предприятия;
- изучение конъюнктуры рынка;
- изучение конкурентов;
- изучение потребителей;
- изучение поставщиков и заказчиков коммерческого предприятия;
- изучение товара и товарного ассортимента, номенклатуры товаров;
- изучение цен и ценовой политики;
- изучение сбытовой системы предприятия и объемов сбыта производимой продукции.

Последовательность выполнения задания следующая:

1. Определить проблему, цель, задачи, объект, предмет на конкретном рынке для проведения маркетингового исследования.

2. Выбрать методы исследования (опрос, наблюдение, эксперимент) и сбора информации.

3. Разработать формы для сбора данных.

4. Разработать выборочный план исследования и определить объем выборки.

5. Реализовать план исследования.

6. Обработка и анализ полученной информации.

7. Сформировать отчет.

Содержание преддипломной практики по практическому направлению.

Данное направление подразумевает прохождение преддипломной практики на конкретном предприятии, анализ его коммерческой деятельности и разработку рекомендаций по её совершенствованию.

Последовательность выполнения задания следующая:

1. Изучить систему коммерческой деятельности на предприятии – объекте исследования - и систему коммерческой отчетности. Практически освоить методику анализа коммерческой деятельности предприятия.

В этой связи студент-практикант должен выполнить следующую работу:

1) Дать организационно-экономическую характеристику предприятия – объекта исследования - на основе изучения учредительных документов, организационной структуры предприятия, анализа его основных показателей деятельности за последние три года (выручки от реализации, себестоимости, среднегодовой численности работников, прибыли и т. п.):

- описать организационную структуру и функциональные обязанности коммерческого отдела или отдела сбыта на предприятии – объекте исследования и его место в организационной структуре предприятия;

- дать характеристику выпускаемой предприятием продукции (услуг, работ), проанализировать товарную и ассортиментную политику предприятия;

2) Проанализировать коммерческую деятельность предприятия – объекта исследования, выполнить необходимые расчеты, заполнить соответствующие таблицы, сделать необходимые графические иллюстрации:

- экономические показатели сбытовой работы предприятия, направление, анализ выполнения плана поставки и реализации готовой продукции;
- сделать анализ выполнения планов поставки по потребителям в номенклатуре;
- дать характеристику и проанализировать запасы материалов на предприятии, систему маркетинговой информации на предприятии;
- описать систему планирования коммерческой деятельности предприятия, организацию работы с поставщиками и потребителями, постановку договорной работы в соответствии с тематическим направлением выпускной квалификационной работы;
- выполнить комплексный анализ производственно-хозяйственной деятельности предприятия в соответствии с тематическим направлением выпускной квалификационной работы.

2. Индивидуальное задание студента-практиканта в соответствии с тематикой выпускной квалификационной работы.

Этап 3. Этап систематизации, формализации, обработки и анализа полученной информации. Систематизация всей собранной и проанализированной информации формализуется в отчете по преддипломной практике, который включает следующие элементы: титульный лист, индивидуальное задание на практику, рабочий график прохождения практики, содержание, введение, основная часть (2–3 главы), заключения, приложений (при наличии), дневника практики.

5 Формы отчетной документации по итогам практики

По окончании практики студент оформляет и защищает отчет о практике, содержащий полученные результаты согласно заданию на практику. Защита отчета по преддипломной практике происходит в виде собеседования с помощью заранее подготовленной мультимедийной презентации, содержащей основные результаты практики. Новые научно-исследовательские, аналитические данные и расчеты по избранному тематическому направлению выпускной квалификационной работы студент-практикант может оформить в виде доклада и предложить к рассмотрению на конференции студенческого научного общества. Вид итогового контроля по преддипломной практике – дифференцированный зачет с оценкой.

6 Учебно-методическое и информационное обеспечение практики

6.1 Перечень учебной литературы и ресурсов сети Интернет, необходимых для проведения практики

1. Беликов, И.П. Современные форматы розничной и оптовой торговли [Электронный ресурс] / И.П. Беликов. - М. : Лаборатория книги, 2012. - 142 с. - ISBN 978-5-504-00773-1. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=142448> . - ЭБС «Университетская библиотека», по паролю.
2. Волгин, В.В. Склад: логистика, управление, анализ [Электронный ресурс]/ В.В. Волгин. - 11-е изд., перераб. и доп. - М. : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2015. - 724 с. : табл., схемы, граф. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-394-01944-9. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=426462> . - ЭБС «Университетская библиотека».
3. Голова, А.Г. Управление продажами : учебник [Электронный ресурс] / А.Г. Голова. - М. : Дашков и Ко, 2015. - 279 с. : ил. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-394-01975-3. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=253811> . - ЭБС «Университетская библиотека».
4. Дашков, Л.П. Организация и управление коммерческой деятельностью : учебник [Электронный ресурс]/ Л.П. Дашков, О.В. Памбухчиянц. - 2-е изд., перераб. - М. : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2015. - 400 с. : табл., схемы - (Учебные издания для бакалавров). - ISBN 978-5-394-02531-0. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=375809> . - ЭБС «Университетская библиотека».
5. Дашков, Л.П. Организация, технология и проектирование предприятий (в торговле) : учебник [Электронный ресурс] / Л.П. Дашков, В.К. Памбухчиянц, О.В. Памбухчиянц. - 12-е изд.,

перераб. и доп. - М. : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2015. - 456 с. : табл., ил. - (Учебные издания для бакалавров). - ISBN 978-5-394-02471-9. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=375810> . - ЭБС «Университетская библиотека».

6. www.ural56.ru - «Урал56.Ру» - проект медиахолдинга Урал-ТВ. Это независимый информационный портал с лентой новостей Оренбурга, Орска и Оренбургской области и различными тематическими разделами.

7. <https://is-zakupki.ru/> - TenderHunter.ru – уникальный сервис по подбору тендеров. Алгоритмы поиска позволяют находить тендеры по параметрам с максимальной точностью. Цель портала – предоставить самый удобный сервис для участия в тендерах. Специалисты компании оказывают консультации каждому клиенту, заинтересованному в наших услугах. На портале собраны актуальные тендеры с 6138 площадок в одном месте, чтобы поиск информации о тендерах был удобнее и быстрее.

8. www.restko.ru - информационно-аналитический портал Restko.ru - один из наиболее крупных профильных интернет-порталов, в области строительства, недвижимости, услуг, связанных с данными сферами деятельности.

9. <http://www.marketing.spb.ru> - Интернет-портал «Энциклопедия маркетинга» - это интернет-проект, направленный на сбор и предоставление учебных, академических и методико-практических материалов студентам, аспирантам, обучающимся на курсах повышения квалификации, а также формирование академических и практических навыков у предпринимателей, менеджеров и топ-менеджеров.

10. <http://www.4p.ru> - электронное издание «Маркетинг журнал 4p.ru.» - создан как место встречи маркетологов в сети, где специалисты маркетинговых специальностей могут общаться, обмениваться мнениями, делиться опытом;

11. <http://grebennikon.ru/about.php> - Электронная библиотека Grebennikon содержит статьи, опубликованные в специализированных журналах Издательского дома «Гребенников» в числе которых «Маркетинг и маркетинговые исследования».

6.2 Перечень информационных технологий, используемых при проведении практики, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)

- 1) Операционная система Windows
- 2) Пакет настольных приложений MS Office: MS Word, MS Excel, MS PowerPoint
- 3) Программное обеспечение для маркетинговых исследований: «БЭСТ-Маркетинг» и «Маркетинг-аналитика» (электронная версия)
- 4) Профессиональные базы данных по исследованиям Европейского общества исследований в области маркетинга и общественного мнения (European Society of Marketing Research Professionals) – <https://www.esomar.org/knowledge-center/reports-publications>.
- 5) Информационная база данных Минэкономразвития РФ "Информационные системы Министерства в сети Интернет" - www.economy.gov.ru/minrec/about/systems/infosystems/.
- 6) Профессиональная база данных и реестр рейтингов маркетинговых агентств, вузов и специалистов Ассоциации коммуникационных агентств России (АКАР) – <http://www.akarussia.ru/node/5025>.
- 7) КонсультантПлюс [Электронный ресурс]: электронное периодическое издание справочная правовая система. / Разработчик ЗАО «Консультант Плюс», 2016. – Режим доступа к системе в сети ОГУ для установки системы: [\\fileserv1\CONSULT\cons.exe](http://fileserv1\CONSULT\cons.exe)
- 8) ГАРАНТ Платформа F1 [Электронный ресурс]: справочно-правовая система. / Разработчик ООО НПП «ГАРАНТ-Сервис», 119992, Москва, Воробьевы горы, МГУ, [1990–2016]. – Режим доступа в сети ОГУ для установки системы: [\\fileserv1\GarantClient\garant.exe](http://fileserv1\GarantClient\garant.exe)
- 9) Реферативная и справочная база данных рецензируемой литературы Scopus - <https://www.scopus.com>

10) Политематическая реферативно-библиографическая и наукометрическая (библиометрическая) база данных Web of Science - <https://apps.webofknowledge.com>

7 Материально-техническое обеспечение практики

При прохождении стационарной практики используется помещение для самостоятельной работы обучающихся, оснащенное компьютерной техникой, подключенной к сети "Интернет", и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду ОГУ.

При прохождении выездной практики используется материально-техническая база профильной организации с наличием доступа в сеть Интернет и лицензионным программным обеспечением.